



La empresaria, con más de 200.000 seguidores, entrega consejos de moda y decoración

Nina Herrera y su éxito en redes sociales: "Me encanta la tecnología"

"Pocos ministros tienen esa cantidad de seguidores", dijo el ministro de Transporte, Juan Carlos Muñoz, cuando la empresaria le detalló sus cifras.



FRANCISCA ORELLANA

Fue en la pandemia que le dieron fuerza a las redes sociales de su empresa de ropa de cama Casa Nina Herrera Home para poder vender online, y hace dos ella se transformó en el rostro y cara visible: "Comencé en los años 80 con mi marca de ropa de cama, donde nadie conocía a la persona que estaba detrás de la marca. Pero la marca era bastante conocida, y dentro de lo que nos hemos podido dar cuenta, bastante querida. Con la pandemia hubo que aprender a vender online, además de transmitir y comunicar todo lo que nosotros éramos", contó la empresaria, en el marco de la presentación del estudio "Radiografía Digital de Personas Mayores: Senior Tech 2024".

"Es todo instinto como dicen mis nietos. Con el mundo digital hay un mundo de posibilidades. O sea, estamos recién aprendiendo, pero la edad no nos condiciona. La edad no es una condición mental ni nada de eso. Hoy en día, tenemos la capacidad de aprender y de hacer todo lo que queramos, y más, porque ya no tenemos esa necesidad de estar presente en la casa porque nos esperan los niños. Ese estrés ya pasó", comentó.

Nina Herrera explica que hoy el 50% de las ventas se producen por el canal digital, y por redes sociales

enseña a colocar un plumón dentro del cubre plumón, cómo mantener los colores de la ropa de cama o cómo cuida las plantas de su jardín son algunas de las historias que le gusta mostrar: "A la gente le gusta aprender, ir viendo cosas que le pueden servir y adaptándolas a su casa y que le haga la vida más fácil", dice.

¿Qué red social le gusta más?

"Instagram me encanta. Es como más relajado. Yo veo más Instagram que TikTok, pero si quiero aprender algo veo TikTok o YouTube porque ahí siempre salen más tutoriales.

En Tik Tok llegamos a un público más joven que poco nos conocen, y nos hemos llevado una tremenda sorpresa que quieren saber de nosotros. Una de las cosas que les llama la atención que esté en Tik Tok es porque soy viejita".

¿Cuántos años tiene?

"Estoy entre los 60 y 70 años, más cerca de los 70".

¿Cómo se organiza para grabar contenido?

"Me ayudan mi hija y la Karla Meriño, mi jefa de Marketing y me maneja las redes sociales. Tengo un equipo donde manejamos un temario. Yo no me grabo porque lo intenté y era difícil. s".

¿Qué es lo que más le cuesta?

"Dedicarle tiempo. Siempre vivo

Nina Herrera y su presencia en redes: "La gente es muy cariñosa".

llena de cosas, entonces tengo que encontrar el tiempo para dedicarle a lo que quiero aprender, a los proyectos, pero a mí siempre me ha encantado la tecnología, desde que salió el computador en mi época".

¿Estar en redes sociales le ayuda a vender más?

"Sí claro, y por lo menos nos conocen y estamos en el imaginario de los clientes para cuando necesiten algo de lo que nosotros tenemos. El tema también es que en general la gente pensaba que Nina Herrera era una marca extranjera, de una diseñadora italiana o española, o una ligada a las

grandes tiendas. Me pasó muchas veces, y yo estaba feliz con eso. Súper cómoda, así que con esto de las redes sociales me sacaron de mi zona de confort".

¿Han hecho ventas en vivo?

"Hicimos una vez para Navidad, pero el nuestro es un público bastante especial, que necesita ver la calidad de los productos".

¿La reconocen en la calle?

"Sí, es muy gracioso. generalmente me piden que nos saquemos una foto, nos saludamos, y me dan las gracias por lo que les enseño. La gente es muy cariñosa".

Estudio deja a WhatsApp como la red social favorita

La cuarta versión de la Radiografía Digital de Personas Mayores: Senior Tech, desarrollada por ClaroVTR y Critería, aplicada a 1.024 personas mayores de 60 años, reveló que el 59% usa WhatsApp como principal medio de comunicación, mientras que las llamadas telefónicas son sólo el 21% y 13% las videollamadas. El 69% reveló utilizar plataformas de contenido como Netflix y un 27% Youtube para ver principalmente películas y series. Si en la encuesta de 2023, el 43% reveló pasar más de 4 horas al día en internet, este 2024 la cifra llegó al 49% los días de semana. La directora de Senama, Claudia Asmad, indicó que promover la inclusión digital es clave para un envejecimiento activo y saludable: "El acceso a la tecnología y el desarrollo de habilidades digitales permiten a las personas mayores mantenerse conectadas, informadas, participar en la sociedad y acceder a nuevas oportunidades".